

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsep pemasaran sekarang ini menjadi lebih nyata dan para pelaku usaha melakukan persaingan yang sangat ketat untuk mengambil simpati para konsumen dan mempengaruhi pertimbangan mereka untuk dapat menerima produk yang dihasilkan sehingga dapat berpengaruh pada perilaku konsumen dan pengambilan keputusan mereka. Pemahaman akan perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada konsumen. Perilaku konsumen juga akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian untuk setiap konsumen adalah sama, namun seluruh proses tidak selalu dilakukan oleh konsumen. Proses pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan.

Industri batik di Solo sudah lama berkembang dan menjadi lokomotif perekonomian di kota ini. Banyak perusahaan kecil, menengah dan besar menggantungkan ekonominya dari industri ini. Produk batik telah berkembang dengan berbagai motif dan corak serta dengan berbagai kegunaan. Di masyarakat Solo dan Jawa pada umumnya pakaian batik bahkan menjadi pakaian yang banyak digunakan untuk acara-acara resmi kemasyarakatan dan seperti resepsi pernikahan, acara keluarga, dan lain sebagainya. Batik telah menjadi identitas

budaya Solo. Trend memakai batik belakangan ini cukup mencuri perhatian publik.

Biasanya, hanya hari jum'at batik digunakan di beberapa kantor, termasuk kantor pemerintahan, namun pada akhir-akhir ini semakin banyak orang mengenakan batik dalam kesehariannya. Batik secara umum telah diterima oleh masyarakat Solo, banyak pengusaha batik yang terdapat di Solo dengan berbagai motif, corak dan warna. Menurut Goeltom (1995), fenomena seperti demografi, daya beli dan perilaku konsumen akan membawa perubahan mendasar bagi perilaku, kebutuhan, penggunaan dan permintaan konsumen. Trend batik sekarang ini jelas adalah suatu bentuk kompromi antara industri tradisional (pengrajin batik) dengan industri besar (garmen). Artinya, batik tidak lagi dibuat untuk digunakan pada acara-acara resmi. Desain pakaian berbahan dasar batik sudah mulai dipopulerkan dalam kegiatan sehari-hari, sehingga tidak terkesan terlalu formal. Dengan demikian dapat memberikan keuntungan besar bagi sektor ekonomi mikro, keuntungan terbesar dari meningkatnya minat masyarakat mengenakan batik justru diperoleh oleh para distributor bukan pengrajin. Pengambilan keuntungan terbesar dari trend ini adalah para designer ataupun pemegang merk tertentu. Mereka mengambil bahan dasar batik dari para pengrajin dengan harga yang cukup murah, kemudian dirajut dan disesuaikan dengan permintaan konsumen.

Batik masih diminati oleh masyarakat dunia. Seluruh dunia mengenal batik sebagai salah satu karya cipta suatu bangsa, dan mengenakannya pada berbagai

kesempatan. Batik dipakai semua orang dari segala lapisan. Batik pun pada akhirnya tidak hanya sekedar kain yang dibalutkan pada pada tubuh kita. Lukisan batik pun menjadi bagian dari perjalanan batik yang tak bias dibendung. Perkembangan batik Solo tersebut tidak hanya diminati oleh masyarakat Solo dan sekitarnya, namun banyak juga para wisatawan yang membeli batik Solo. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM MEMBELI BATIK DI PUSAT GROSIR SOLO”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat konsumen dalam membeli batik di Pusat Grosir Solo?
2. Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi minat konsumen dalam membeli batik di Pusat Grosir Solo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam membeli pakaian Batik di Pusat Grosir Solo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam pembelian batik di Pusat Grosir Solo.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini manfaat yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan menerapkan ilmu yang diperoleh selama di bangku perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberi wawasan dan informasi tentang peningkatan kualitas batik sehingga dapat lebih diminati oleh masyarakat luas.

3. Bagi Peneliti Lain

Dapat memberikan masukan atau acuan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini yang merupakan laporan dari hasil penelitian direncanakan terdiri dari lima bab, yang masing-masing berisi tentang:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang merupakan uraian tentang aspek-aspek yang diungkapkan berupa, fenomena-fenomena yang menjadi masalah penelitian, perumusan masalah yang merupakan pertanyaan penelitian yang didasarkan pada ruang lingkup permasalahan yang diteliti, tujuan dan manfaat penelitian merupakan jawaban terhadap rancangan yang akan dikaji dalam penelitian, sistematika penulisan skripsi yang berisi garis besar skripsi ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini penulis menguraikan landasan teori mengenai manajemen pemasaran, perilaku konsumen dan minat beli konsumen serta penelitian yang relevan.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan secara rinci dan jelas mengenai lokasi penelitian, jenis penelitian, jenis dan sumber data, devinisi operasional variabel, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu gambaran umum, deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan yang diambil dari hasil temuan penelitian dan pembahasan, yang kemudian digunakan sebagai acuan dalam pemberian saran dan rekomendasi.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN